

Contando a História Militar Afegã...

À Sua Própria Maneira!

Tenente-Coronel (R/1) Charles W. Ricks, Exército dos EUA

SEMANALMENTE, um soldado do Exército Nacional Afegão sobe em uma bicicleta no centro de Cabul e entrega as notícias para as agências de mídia da cidade. Quando as condições meteorológicas são desfavoráveis, ele cumpre sua missão a pé. Para os norte-americanos e outros estrangeiros, este sistema de distribuição relativamente primitivo reforça a percepção de atraso. No entanto, é uma percepção errada.

O Gabinete Parlamentarista de Relações Sociais e Assuntos Públicos do Ministério de Defesa do Afeganistão emprega a tecnologia limitada existente prioritariamente quando é necessário avisar os repórteres sobre as notícias de última hora, para convidá-los a uma conferência de notícias não programada ou para responder à algumas perguntas.¹ Na cultura afegã, o contato face a face e a entrega pessoal de informações são mais consistentes com as expectativas sociais do País.

Ao contrário disso, a comunicação social dos estados-maiores militares do Comando das Forças Conjuntas do Afeganistão depende de e-mails, telefones celulares, fax e outros aparelhos de comunicações de alta-tecnologia que lhe proporcionam a urgência necessária, no entanto, limitam o contato humano direto com a cultura central afegã.

Existem outras diferenças importantes nas formas de trabalho em que o sistema de comunicação social afegão é baseado. Por exemplo, os líderes das Forças Armadas Afegãs freqüentemente são mais receptivos às agências de notícias do que os oficiais estrangeiros podem imaginar; às vezes são tão receptivos quanto os estrangeiros. Constatou-se que alguns oficiais afegãos já organizaram equipes de vídeo e fotografia para segui-los e documentar o que fazem.² É costumeiro para os comandantes operacionais interagirem tranqüilamente com a mídia local para mantê-la atualizada das informações.³ Essa acessibilidade é uma surpresa, pois em 2001 dois terroristas da Al Qaeda se disfarçaram de repórteres e assassinaram o líder proeminente da resistência afegã Ahmad Shah Massoud.

O Tenente-Coronel (R/1) Charles W. Ricks recentemente serviu como planejador, mentor e treinador de sistemas de comunicação social contratado pelo Gabinete de Cooperação de Segurança-Afeganistão. Possui os títulos de Bacharel pela University of Wisconsin-Madison e de Mestre pela University of Kentucky. Possui ainda os cursos da Escola de Comando e Estado-Maior do Exército dos EUA e o Curso Avançado de Comunicação Social do Exército. O Ten Cel Ricks já desempenhou várias funções de comando e estado-maior no território continental dos EUA, Bélgica, Alemanha, Coréia e Afeganistão.

Além disso, os oficiais de comunicação social norte-americanos ficaram surpreendidos pela ausência de qualquer barreira entre as notícias geradas pelo Ministério de Defesa do Afeganistão e a mídia civil. No Afeganistão, o Ministério de Defesa controla as notícias sobre as forças armadas; seus informes aparecem de forma semelhante tanto nas fontes de comunicação militares quanto na televisão, rádio e jornais nacionais afegãos. Isso não acontece nos EUA.

Um oficial de comunicação social desinformado, também ficará confuso com algumas das facetas da vida simples no Afeganistão: apenas 20% da população é alfabetizada; a penetração da televisão é limitada às principais cidades; a rádio é o principal meio de comunicação em massa e os líderes tribais, de vilarejos e religiosos são as fontes de informação mais respeitadas pelo cidadão comum. A rádio e as relações comunitárias são os principais meios

de comunicação entre o povo afegão. Não existe nenhuma pesquisa de opinião pública nacional confiável.⁴ Tal ambiente desconhecido exige políticas e procedimentos informais sob encomenda, sendo que algumas vezes, assumimos que as técnicas de comunicação social modernas, que funcionam em outros países, funcionarão com a mesma eficácia no Afeganistão. Mas, isso não é verdade.

No Afeganistão, a condução das operações de estabilidade constitui-se em uma experiência de constante adaptação. Pelo menos na área da comunicação social a reclamação de que os afegãos “não estão fazendo corretamente”, geralmente, significa que eles não estão fazendo à nossa maneira. Nossa maneira de conduzir essas atividades não é necessariamente a maneira certa. Aqueles que treinam o pessoal de comunicação social afegão devem entender este aspecto básico se quiserem estabelecer uma base

para o desenvolvimento eficaz do sistema e de oportunidades para suas atividades como conselheiros. O exercício potencial dessa função deve resistir à vontade de interferir na evolução natural dos sistemas de comunicação social afegãos e evitar a introdução forçada das soluções de informações ocidentais num ambiente estrangeiro desconhecido. Desde que começamos a entender este princípio, temos conseguido significativo progresso, ajudando a melhorar a capacidade de comunicação afegã.

O Sistema de Comunicação Social Afegão

Em janeiro de 2004, o escritório de comunicação social do Ministério de Defesa do



Charles W. Flicks

Os jornalistas se esforçam para observar a posse presidencial por meio do portão protetor. (7 de dezembro de 2004).



Charles W. Ricks

O General Mahoma Moenn, Comandante do Corpo Central, responde às perguntas de jornalistas após uma demonstração de poder de fogo nas proximidades de Cabul. (7 de junho de 2005)

Afganistão consistia de apenas uma pessoa: o General Mohammed Zaher Azimi, o porta-voz oficial. No outono de 2005, havia 33 oficiais de comunicação social no estado-maior desse General com mais 24 outros nos 5 corpos regionais e no Centro de Adestramento Militar em Cabul.

Semelhante a qualquer estrutura de comunicação social, o desenvolvimento da credibilidade institucional é essencial. Azimi e seu estado-maior, que cada vez cresce mais, provinham de funções operacionais e da área de informações das antigas estruturas do Ministério de Defesa; alguns eram combatentes da resistência Mujahedin e todos eram conhecidos e respeitados no âmbito da defesa. De fato, o Presidente Hamid Karzai cita o Gen Azimi com bastante frequência, designando-o algumas vezes para gerenciar projetos específicos.

A precisão das informações e a coerência das mensagens são especialmente essenciais no Afeganistão, onde a confiança pública foi destruída no passado. Também a

veiculação da notícia é importante. Para fornecer as informações a uma população que primariamente mora em terreno irregular e em vilarejos isolados, o Ministério de Defesa tem que empregar as técnicas que misturam a interação social tradicional com a tecnologia em desenvolvimento da internet, imprensa e rádio. Neste tipo de ambiente, o mensageiro de bicicleta se torna um elo entre os antigos e os novos sistemas.

Não Fazer o Trabalho por Eles

As estruturas, políticas e procedimentos da área de comunicação social afegã evoluíram como resultado de reuniões de grupos de trabalho colaborativos que envolveram os líderes desses setores afegãos e um conselheiro de comunicação social do Gabinete de Cooperação de Segurança do Afeganistão; no entanto, são os afegãos que tomam a decisão final com respeito às linhas de ação a serem adotadas. O investimento no desenvolvimento de sistemas e em sua capacidade de adaptação

contribuíram com maior rapidez e diretamente para os sucessos alcançados pela comunicação social.⁵

O Comando das Forças Conjuntas do Afeganistão deve se afastar e permitir que os afegãos desenvolvam suas próprias atividades de comunicação. Se isso não acontecer, podem prejudicar o progresso dessas atividades no País. Em agosto de 2004, devido a uma instabilidade provincial, o Presidente Karzai foi forçado a desdobrar soldados do Exército Nacional Afegão para a execução de operações de estabilidade na região. Os oficiais de comunicação social do Ministério de Defesa prepararam um plano de cobertura informativa e

Em janeiro de 2004, o escritório de comunicação social do Ministério de Defesa do Afeganistão consistia de apenas uma pessoa: o General Mohammed Zaher Azimi, o porta-voz oficial. No outono de 2005, havia 33 oficiais de comunicação social no estado-maior desse General com mais 24 outros nos 5 corpos regionais e no Centro de Adestramento Militar em Cabul.

convidaram alguns repórteres a acompanhá-los na missão. Quando essa iniciativa conflitou com a seção de comunicação social do Comando das Forças Conjuntas do Afeganistão e dos planos de operações de informações, os oficiais de comunicação social afegãos foram substituídos por outros repórteres da mídia.

Enfrentando uma situação semelhante em Herat um mês depois, o Ministério de Defesa do Afeganistão adquiriu suas próprias aeronaves de linhas aéreas nacionais e transportou oficiais de comunicação social afegãos e representantes da mídia ao local. O que fora uma reportagem negativa sobre a situação veiculada pelos repórteres em Cabul, a centenas de quilômetros de distância da operação, repentinamente mudou para melhor quando o Ministério de Defesa

proporcionou acesso direto da mídia ao local. A iniciativa independente e eficaz do Ministério de Defesa melhorou consideravelmente a percepção dos eventos pelo povo afegão.

Outro exemplo de ajuda equivocada envolve os estilos de escrita. A cultura afegã depende muito da tradicional comunicação oral. Até a narração mais simples assume a forma de uma epopéia que é contada repetidamente. Aqueles que podem escrever freqüentemente adotam a complexidade da comunicação oral, a qual é considerada muito retórica ou de linguagem literária.⁶ No entanto, os conselheiros ocidentais sistematicamente incentivam os afegãos a abandonarem seu estilo de escrita em favor de técnicas breves e concisas preferidas pelos norte-americanos. Uma mudança como essa não teria nenhum valor.⁷

Durante o processo de eleição do presidente, os oficiais de comunicação social do Comando das Forças Conjuntas do Afeganistão e da Força Internacional de Apoio de Segurança, liderada pela OTAN, traduziram uma lista de temas de discussão do inglês para o idioma dari e a entregaram ao General Azimi para que fosse lida aos repórteres. Naturalmente, surgiram problemas de interpretação devido à tradução direta de algumas palavras inglesas para o dari, pois essas, não tinham o mesmo significado do pensamento afegão. O General Azimi, seu interprete e os repórteres ficaram confusos ao ouvir o que estava tentando ser lido. Azimi abandonou o esforço e passou falar com suas próprias palavras, apoiando-se nas informações operacionais disponíveis que lhe foram entregues pelas fontes afegãs do Comando das Forças Conjuntas do Afeganistão e da Força Internacional de Apoio de Segurança. A partir de então, suas apresentações foram preparadas em dari e eram coerentes com as estruturas normais do idioma afegão. Em conseqüência, eram confiáveis.

Como algumas anedotas revelam, uma das tentações mais fortes que os conselheiros enfrentam é a vontade de cumprir as tarefas de comunicação social dos afegãos empregando técnicas ocidentais. Normalmente, quando os estrangeiros tentam “ajudar,” os afegãos se afastam daquele trabalho e deixam que eles o façam, por conseguinte não aprendem aquela



Charles W. Ricks

Jornalistas afegãos e estrangeiros dão cobertura a um evento organizado pelo Exército Nacional Afegão com munição real, nos arredores orientais de Cabul. (7 de junho de 2005)

tarrafa. Tal resultado limita a capacidade dos afegãos de assumir as responsabilidades de comunicação social e arruína o processo de reforma do sistema, exigindo uma contínua intervenção estrangeira para sustentar os níveis artificiais de desempenho. A questão chega a ser: Por quanto tempo vocês querem ficar aqui? Quanto mais tempo os estrangeiros continuarem realizando as tarefas que os afegãos devem fazer, obviamente, mais tempo permanecerão no País e menos competente ficarão os afegãos para realizá-las. É lógico, mas difícil de aceitar que os afegãos executem suas operações de comunicação social de acordo com a sua cultura. Por exemplo, suas conferências de notícias, normalmente, são eventos flexíveis onde os repórteres se movimentam continuamente com microfones nas mãos e concentram-se ao redor daqueles que fazem as perguntas para tirar fotos. Nós, pelo contrário, tentamos organizar e controlar a mídia — uma prática que é contrária à cultura afegã.

Com exceção às situações especiais (a maioria das vezes envolvendo a segurança do presidente), geralmente o Ministério de Defesa do Afeganistão não participa de esforços para controlar a mídia, embora deixe estrangeiros guiar grupos de repórteres nos eventos. No entanto, os esforços de controle podem gerar maus resultados. O exemplo mais marcante envolvendo o controle estrangeiro da mídia ocorreu durante a posse do presidente em 7 de dezembro de 2004. Com exceção de alguns

fotógrafos organizados em pequenos grupos, os repórteres estavam trancados em uma jaula que consistia de uma grande tenda rodeada por uma cerca com bandeiras penduradas para evitar a observação da mídia. Havia guardas armados estacionados no portão estreito que impedia o livre acesso e cobertura para os representantes da mídia no evento. Estas não eram decisões afegãs. Imagina-se como os afegãos receberam esta medida completamente inconsistente com as mais estritas precauções de segurança que eles empregam.

Medir o Sucesso

Um dos mais difíceis desafios da comunicação social é medir o sucesso de uma operação, particularmente num ambiente tão desconhecido como o do Afeganistão. Uma meta imediata do esforço da comunicação social afegã tem sido desenvolver um sistema de informações que incentive o povo afegão a confiar no seu Exército Nacional e em seus aliados internacionais mais do que eles temem o Talibã. Logo, como se pode medir de forma plausível o progresso de um esforço como esse?⁸

Sistema de avaliação não convencional. Uma das maneiras para avaliar essa evolução é desenvolver uma série de medidas não convencionais baseadas no conhecimento da cultura afegã e na história recente do País. Por exemplo, as crianças brincando com pipas, as meninas indo para a escola e a substituição das *burkhas* por cachecóis refletem uma forte

confiança no ambiente de segurança vigente. Sob o domínio talibã, todas essas atividades eram proibidas e os violadores severamente punidos. Se o público não tivesse confiança na capacidade do Governo Afegão e de seus aliados para manter a segurança, tais atividades não aconteceriam com tanta frequência.

Os distritos comerciais em Cabul estão passando por uma transformação radical: as fachadas modernas estão substituindo as aberturas nos muros de barro. Esse investimento é um sinal encorajador. A reparação de calçadas e ruas, embora ainda rara, também demonstra um sentido de otimismo causado pela confiança desenvolvida pelo atual ambiente de segurança. Ainda que esses indicadores sejam sutis, inconclusivos e não tão dramáticos como as

Semanalmente, um soldado do Exército Nacional Afegão sobe em uma bicicleta no centro de Cabul e entrega as notícias para as agências de mídia da cidade. Quando as condições meteorológicas são desfavoráveis, ele cumpre sua missão a pé. Para os norte-americanos e outros estrangeiros, este sistema de distribuição relativamente primitivo reforça a percepção de atraso.

vitórias no campo de batalha, podem ajudar os tomadores de decisões e o público em geral a medirem essa evolução.

Sistema de medição quantificável. A essas medidas mais sutis, os oficiais de comunicação social podem agregar um sistema de medição quantificável e menos suscetível a erros para avaliar o desempenho operacional. Um exemplo é o número de vezes que o Ministério de Defesa do Afeganistão é citado nos noticiários da imprensa. A informação dada à mídia não tem significado se não é publicada com seu histórico. Atualmente, até a leitura mais superficial das notícias no país e das buscas na internet revelam

um número cada vez maior de referências diretas ao Ministério de Defesa do Afeganistão, especialmente após as conferências de notícias semanais. Obviamente, os números dependem da situação, mas geralmente, se o Ministério de Defesa toma parte em um evento, suas informações e mensagens recebem ampla cobertura na mídia nacional e internacional.⁹

O número e a qualidade dos eventos especiais e os informes de notícias sobre assuntos específicos gerenciados pelo Ministério de Defesa do Afeganistão são indicações mais mensuráveis. O Ministério de Defesa tem estado extremamente ativo nessa área, tendo ocorrido no País muitos eventos e informações, nos quais os oficiais do ministério participaram dos debates sobre suas realizações, como por exemplo:

- o “status” melhorado do Exército Nacional Afegão, apresentado pelo Chefe do Estado-Maior, General Bismullah Khan;
- a reforma legal, incluindo a implementação de um sistema de punição militar não-judicial;
- novos sistemas de ascensão de pessoal e de promoção, incluindo suas simulações por uma comissão de promoção;
- a formação de oficiais do Ministério de Defesa do Afeganistão;
- o estabelecimento da Academia Militar Nacional do Afeganistão; e
- a finalização do programa de desarmamento das milícias.

Os sucessos operacionais mensuráveis. Certamente, os resultados de eventos e programas individuais ajudam a avaliar a eficácia geral de uma operação de comunicação social. Além de proporcionar acesso direto a repórteres e a oficiais de comunicação social nos eventos ocorridos em Herat, uma vitória evidente no país na época, essa iniciativa do Ministério de Defesa também permitiu que esse órgão alcançasse um nível particular de competência e de autonomia. Na realidade, o transporte por meio aéreo dos oficiais de comunicação social e de repórteres foi apenas uma parte da história de Herat. O Ministério de Defesa implementou, também, um programa de comunicação social para ajudar a acalmar a intranquilidade na província. O programa estabeleceu reuniões para apresentação do



Charles W. Ricks

O General Zahir Azimi apresenta um informe a um grupo de jornalistas durante a eleição presidencial em outubro de 2004.

novo governo provincial aos líderes religiosos e comunitários de toda aquela área.

Um objetivo do trabalho era ganhar o apoio dos líderes locais para ajudar a restaurar a ordem, um outro era a ampla cobertura das reuniões por intermédio de emissoras de rádio, televisão e de jornais — uma cobertura que refletiu um largo esforço de comunicação social para informar ao povo afegão sobre o estado de segurança dentro da província. Seu passado em Herat e sua experiência como um combatente de resistência na região ajudaram a Azimi no seu gerenciamento pessoal desse esforço.

A eleição presidencial. A primeira eleição presidencial na história afegã, nos fins de 2004, possibilitou uma grande oportunidade para avaliar a eficácia da equipe de comunicação social do Ministério de Defesa do Afeganistão. Em 29 de agosto de 2004, o ex-Ministro de Defesa Fahim Khan prestou um esclarecimento, por intermédio de Azimi, na conferência de notícias semanal onde afirmou a neutralidade do

Exército Nacional Afegão na próxima eleição e prometeu proporcionar segurança em todo o processo eleitoral, inclusive nas cabines de votação. Esse ato democrático foi continuado nas subseqüentes conferências de notícias e nos anúncios públicos. O Ministério de Defesa conduziu, também, um programa de divulgação sobre a eleição presidencial de 6 semanas, que se concentrou nas conferências de notícias semanais, tendo Azimi concedido 16 informes sobre a segurança na eleição à mídia nacional e internacional.

Por fim, Azimi foi capaz de afirmar a eficácia dos esforços de segurança para aquela eleição (compartilhados com o Ministério do Interior, o Comando das Forças Conjuntas do Afeganistão e a Força Internacional de Apoio de Segurança) durante seus comunicados aos repórteres no Centro de Resultados da Mídia da ONU, onde assumiu o papel de assessor único de imprensa para essas organizações. Talvez o melhor indicador do alcance da comunicação social

do Ministério de Defesa viesse do porta-voz da ONU, Manuel de Silva, que anunciou em 21 de outubro de 2004 que 1.245 representantes da mídia tinham se registrado para cobrir a eleição. Setecentos desses eram afegãos e os demais representavam 11 outros países.

O comparecimento às urnas. Em razão de o Talibã ter prometido matar eleitores nas urnas por todo o país, o escritório de comunicação social do Ministério de Defesa implementou um programa de divulgação para enfatizar o comprometimento e a capacidade do Exército Nacional Afegão para proporcionar segurança durante a eleição. Obviamente, a mensagem

Como em qualquer outra democracia, a prática responsável e eficaz da comunicação social é essencial para desenvolver a consciência pública, o entendimento, a credibilidade e o apoio. O Afeganistão é uma democracia jovem e vulnerável cujos líderes estão tentando aplicar os modelos de comunicação úteis, aprendidos de outros.

foi recebida porque houve uma participação de aproximadamente 70% dos eleitores registrados.¹⁰ Como benefício adicional, nos dias que antecederam a eleição o povo afegão denunciou terroristas suspeitos aos oficiais de segurança, que realizaram importantes detenções e evitaram possíveis ataques.¹¹

O desligamento do “Porta-voz Talibã.” Vários indivíduos regularmente entram em contato com a imprensa proclamando falar em nome do Talibã. Atribuem ao grupo o mérito de qualquer contratempo que ocorre e, sistematicamente, inventam contas sobre batalhas nunca combatidas e baixas nunca infligidas. Anteriormente, seus comentários eram incontestados e eram impressos palavra por palavra. Agora não. Frequentemente, Azimi lembra à mídia que ela tem que informá-lo

antes de imprimir qualquer reivindicação do Talibã. Ele também coleta exemplos que considera notícias inexatas ou irresponsáveis e periodicamente fala sobre esses assuntos durante as conferências de notícias semanais para corrigir esses equívocos. Essas medidas corretivas amplamente públicas de Azimi vão contra as práticas da comunicação social ocidental, já que tradicionalmente se pensa que tais correções estão mais ligadas a reportagens de pouca expressão.¹² No entanto, na maioria dos casos, são absurdas. Foi um processo longo, mas antes da primavera de 2005, a imprensa afegã tinha, pela primeira vez, começado a incluir comentários sobre a imprecisão das reportagens do porta-voz do Talibã. Isso é um sinal óbvio do sucesso alcançado.¹³

Depois do desastre do avião da Kam Air em fevereiro de 2005, o pior desastre aéreo na história afegã, no qual mais de 100 pessoas morreram, um porta-voz do Talibã emitiu uma série de mensagens enganadoras, incluindo a informação absurda de que muitos, se não todos, dos passageiros tinham sobrevivido ao desastre no cume da montanha e que o governo ignorava suas chamadas de telefones celulares por socorro. Infelizmente, muitos acreditaram nessa falsa notícia. No entanto, quando as condições meteorológicas melhoraram, Azimi transportou repórteres e fotógrafos ao local do desastre para esclarecer conclusivamente que ninguém poderia ter sobrevivido a impacto tão violento. Também lembrou ao público que o local do acidente estava no lado de uma montanha com mais de 3.353 metros de altura, a profundidade da neve era de mais de 1,5 metros, minas terrestres soviéticas estavam espalhadas na área e que a nevasca que causou o desastre continuou por muitos dias. Após a retirada dos corpos da montanha, a cobertura iniciada pelo Ministério de Defesa de sua devolução a suas famílias confirmou o cuidado prestado às vítimas durante toda a operação.

A assistência pós-Tsunami. O Tsunami que atingiu o Sudeste da Ásia em dezembro de 2004 proporcionou ao Ministério de Defesa do Afeganistão uma oportunidade para enviar ajuda humanitária aos desabrigados, um empreendimento que melhorou sua reputação. O Presidente Karzai desdobrou uma equipe de



Charles W. Ricks

Os jornalistas rodeiam as famílias, líderes religiosos e oficiais do Ministério de Defesa durante o regresso das vítimas do desastre aéreo de Kam Air, 3 de fevereiro de 2005.

planejamento e assistência médica de 20 pessoas com suprimentos para ajuda humanitária. A General Suhaila Siddiq, uma cirurgiã do Exército Nacional Afegão, liderou a equipe que também incluiu um jornalista do Ministério de Defesa. A equipe recebeu muita boa publicidade, incluindo uma cerimônia no hospital principal em Cabul por ocasião de sua saída e duas conferências de notícias com muitos órgãos de imprensa. A equipe recebeu, também, ampla cobertura da mídia durante a realização da operação, cujo trabalho foi bastante divulgado no Afeganistão. Embora sob o foco dos esforços para resgatar as vítimas do desastre aéreo, o Presidente Karzai recebeu os membros da equipe num almoço de reconhecimento e mais uma vez salientou a aprovação afegã nos esforços da equipe. Essa operação aumentou a credibilidade do Ministério de Defesa e do Exército Nacional Afegão entre a nação e a região.

Os distúrbios de *Newsweek*. Em maio de 2005, as alegações (mais tarde retratadas) da *Newsweek* sobre a profanação do Corão por militares norte-americanos provocaram distúrbios e representaram um grande desafio para o Governo Afegão.¹⁴ Muitas pessoas morreram ou ficaram feridas; o Corão e outros

tesouros culturais foram profanados e mesquitas, bibliotecas e outros prédios públicos foram destruídos. Azimi respondeu decisivamente com três mensagens objetivas:

- culpem aqueles diretamente responsáveis pela desordem: os desordeiros e seus organizadores;
- apóiem as Forças Armadas dos EUA ao afirmar que o comportamento retratado pela *Newsweek* estava inconsistente com o pensamento do povo afegão acerca do trabalho desenvolvido pelas tropas norte-americanas no País; e
- critiquem a *Newsweek* pela reportagem irresponsável.

Os distúrbios também marcaram a primeira vez que Azimi permitiu que membros do seu estado-maior falassem oficialmente pelo Ministério de Defesa durante uma crise. Azimi está ganhando a confiança e o esforço da comunicação social do Ministério de Defesa do Afeganistão está sendo mais aceito.

A Vida Nem Sempre é Portadora de Boas Notícias

No Afeganistão, não é possível ignorar as más notícias enquanto o país se recupera de 25 anos de guerra e 2,5 milhões de mortes. O



A General Suhaila Siddiq, líder da Equipe de Planejamento e Assistência Médica para o Tsunami, fala com jornalistas no Aeroporto Internacional de Cabul. (18 de janeiro de 2005).

Afganistão é um lugar difícil para se morar.¹⁵ Felizmente, os sistemas de comunicação social afegãos não têm sucumbido à obsessão da “estória de boas notícias.” Em vez disso, o novo sistema de comunicação social tem superado com sucesso muitos assuntos e situações difíceis, incluindo o desarmamento das milícias; os desacordos políticos com o Paquistão e a Rússia; as inquietações civis em Herat, Jalalabad e em outros lugares; o desastre aéreo; as operações de combate diárias e as eleições presidenciais e parlamentares.

Como em qualquer outra democracia, a prática responsável e eficaz da comunicação social é essencial para desenvolver a consciência pública, o entendimento, a credibilidade e o apoio. O Afeganistão é uma democracia jovem e vulnerável cujos líderes estão tentando aplicar os modelos de comunicação úteis, aprendidos de outros, à sua própria situação. Eles adotam, às vezes práticas de comunicação social ocidentais? Adotam, mas não com tanta frequência para que os estrangeiros se sintam confortáveis; por

isso, existe a tentação de interferir. As palavras de T.E. Lawrence sobre suas experiências na Arábia, adotadas para a situação no Afeganistão, proporcionam uma lembrança amistosa aos estrangeiros querendo ajudar: “Não tente fazer demasiado com suas próprias mãos. É melhor que eles (os afegãos) o façam de forma tolerável do que você o faça com perfeição. A guerra é deles, e você deve ajudá-los, não tente vencê-la para eles. Na realidade, sob as condições extremamente estranhas do (Afeganistão), seu trabalho prático não será, talvez, tão bom como você ache que é.”¹⁶

A prática de empregar um soldado do Exército Nacional Afegão para entregar as notícias de bicicleta indubitavelmente não sobreviveria ao avanço confiável da tecnologia emergente, mas essa mudança, como a de introduzir as políticas e procedimentos de comunicação social, deve ser implementada num ritmo confortável para os próprios afegãos. Embora muitas dificuldades permaneçam, existem indicações que o estabelecimento de uma estrutura de defesa

afegã democrática está em andamento. Essa estória, com todos seus componentes, deve ser contada em voz alta e clara — pelos afegãos.

Isso continuaria a ser a maneira mais eficaz de manter o povo informado sobre o progresso das suas forças armadas e seu governo. **MR**

Referências

1. O atual estado-maior de Comunicação Social do Ministério de Defesa possui 33 indivíduos, tem duas linhas telefônicas e menos de dez telefones celulares. No escritório, existem dois computadores com acesso intermitente à Internet e apenas uma conta comercial de correio eletrônico. O Ministério de Defesa estabeleceu uma rede informática em 20 de dezembro de 2004.

2. As equipes fotográficas particulares ou as do Ministério normalmente acompanham o Ministro de Defesa Abdul Rahim Wardak, Chefe do Estado-Maior do Comandante em Chefe, General Abdul Rashid Dostum, e outros líderes superiores para documentar suas atividades cotidianas, que são freqüentemente transmitidas pela televisão afegã.

3. Os quatro Corpos-de-Exército regionais (Kandahar, Gardez, Mazar-e-Sharif e Herat) foram estabelecidos em setembro de 2004, mas não estavam dotados de pessoal de comunicação social até junho 2005. Neste interim, os comandantes de campanha trabalharam voluntariamente com representantes da mídia local, muitos dos quais conheceram durante as décadas de conflito.

4. A taxa de alfabetização representa a média de vários cálculos; a exatidão é comprometida pelo fato de que nem meninas nem mulheres freqüentavam a escola entre 1996 e 2002. Recentemente, começou a concorrência comercial pela rádio e televisão do Governo, mas sua penetração é limitada pelos mesmos fatores que limitam as transmissões governamentais. Os esforços de recrutamento do Exército Nacional Afegão e o Comando de Forças Conjuntas do Afeganistão têm realizado algumas pesquisas locais de opinião pública úteis, no entanto nenhuma base de dados confiável está disponível no âmbito nacional.

5. Em meados de julho de 2005, o General Mohammed Zaher Azimi e seu estado-maior trabalhavam na elaboração final da diretriz do Ministério de Defesa que estabeleceu o Gabinete Parlamentarista, Relações Sociais e Assuntos Públicos; a "Diretriz de Sistemas de Comunicações Sociais" do Ministério de Defesa Afegão; a "Diretriz de Procedimentos do Centro da Mídia de Notícias," que incluiu a "Facilitação e Regras Gerais para os Meios de Comunicação," a "Diretriz para Realizar apresentações e Conferências da imprensa," e a "Diretriz de Comunicações de Crises"; um "Glossário de Terminologia de Comunicação Social" para estabelecer uma linguagem comum para as operações e adestramento; a "Diretriz 1 de Comunicação Social do Ministério de Defesa" que estabeleceu o sistema de Comunicação Social do Ministério de Defesa; a "Diretriz 2 de Comunicação Social do Ministério de Defesa" que delineou o planejamento de Comunicação Social do Ministério de Defesa; e a doutrina de comunicação social, que discute os fundamentos, funções e responsabilidades de comunicação social. Também, sete diretrizes de Assuntos Parlamentares em sua minuta final para guiar as comunicações com a Assembléia Nacional. Azimi e seu estado-maior participaram dos grupos de trabalho que desenvolveram cada um desses documentos.

6. As primeiras linhas de uma declaração em uma conferência de notícias em 12 de dezembro de 2004 nos proporcionam um exemplo da linguagem literária preferida pelos afegãos: "O Belo Estado do Afeganistão, com uma longa história de civilizações em evolução, agora entra uma nova etapa da sua história, uma que nunca experimentou antes. Depois de três décadas de guerra, a Nação Afegã decidiu agora avançar em direção da Paz e da Liberdade. A Liberdade, um direito de todos os seres humanos, se vale de eleger o Novo presidente por meio de eleições livres e justas."

7. Os treinamentos de comunicação social com a mídia ocidental ocorreram em fevereiro de 2004 e em agosto de 2005. A primeira foi proporcionada por elementos de mídia desdobrados no país e a segunda foi realizada por uma equipe de treinamento móvel. Ambas as sessões proporcionaram instrução de alta qualidade aos novos oficiais de comunicação social afegãos. No entanto, os instrutores na primeira sessão gastaram muito tempo concentrando-se no desenvolvimento

e repetição de mensagens e "slogans". Como a maioria dos afegãos foram ex-oficiais políticos que trabalharam sob o modelo soviético, estão habilitados à preparação de mensagens e "slogans". Esses precisam das novas habilidades importantes que pertencem à coleta, ao processo e à comunicação de informações. Também, a equipe de treinamento móvel passou a maior parte de dois dias adestrando os afegãos nos estilos da escrita ocidental, incluindo a estrutura da pirâmide invertida, para comunicar com repórteres e leitores ocidentais. No entanto, normalmente, os repórteres ocidentais não assistem às conferências ou aos eventos da imprensa do Ministério de Defesa; além do mais, é razoável assumir que o limitado interesse da mídia ocidental só diminuirá à medida que se incrementar a estabilidade no país. Por isso, os oficiais de comunicação social do Ministério de Defesa do Afeganistão devem aprender a se comunicar com a mídia e as audiências regionais, e não com as dos países ocidentais.

8. Ironicamente, a tecnologia moderna que nos proporciona a oportunidade de assistir eventos em tempo real, não gera automaticamente o entendimento do que são o êxito e a vitória. É necessário regularmente lembrar a população das metas de qualquer conflito e de como os eventos de cada dia contribuem para se alcançar essas metas.

9. O Comando das Forças Conjuntas do Afeganistão publica um excelente resumo diário que cobre os assuntos de interesse no Afeganistão e em torno da região. De interesse particular, existe a seção que monitora as reportagens de notícias afegãs. O Ministério de Defesa, também, opera uma seção de monitoramento que rastreia a cobertura de assuntos no Afeganistão, especialmente os que abordam os temas relacionados ao estabelecimento de defesa.

10. Para mais informações, ver o Informe do Conselho de Segurança da Assembléia Geral da ONU A/59/581-S/2004/925 da 59ª sessão, de 26 de novembro de 2004, disponível em: <http://www.unama-afg.org/docs/_UN-Docs/_repots-SG/2004/2004-925.pdf>, acesso em: 15 de março de 2006. Em 4 de novembro de 2004, a Comissão Combinada de Administração Eleitoral e a ONU anunciaram que a afluência às urnas foi 70%. Mais de 8 milhões de afegãos votaram, incluindo os refugiados no Irã e no Paquistão.

11. A prevenção de um ataque mais ousado ocorreu quando as autoridades, investigando denúncias obtidas por informantes, conseguiram deter caminhões de combustível que tentavam entrar em Kandahar antes da eleição presidencial. Iam detonar esses caminhões dentro da cidade. O General Azimi reportou essa tentativa em seus informes ao público no Dia da Eleição, em 9 de outubro de 2004.

12. A prática ocidental normal é contatar os repórteres em particular e, discretamente, tentar corrigir o equívoco. A metodologia do General Azimi veio a ser correta no ambiente afegão.

13. A partir de abril de 2005, os resumos diários do Comando das Forças Conjuntas do Afeganistão continham informes referindo-se ao porta-voz do Talibã, normalmente Mullah Abdul Latifi Hakimi, como o "porta-voz professo do Talibã" e apontou à "credibilidade incerta" de seus reportes. Em 5 de outubro de 2005, O Paquistão reportou que dois dias antes, Hakimi fora capturado na região fronteira entre a província afegã de Zabul e o Paquistão.

14. O foro principal do General Azimi para disseminar suas mensagens era sua conferência de notícias semanal, *Newsweek*, 15 de maio de 2005. Ele passou as mesmas mensagens aos repórteres individuais quando pedido.

15. É difícil determinar a exatidão deste número em um país cuja população total é indeterminada. Não obstante, Azimi regularmente usa 2,5 milhões em suas declarações públicas e o Presidente Hamid Karzai citou o mesmo número em seus comentários públicos no Desfile do Dia Nacional em 28 de abril de 2005.

16. LAWRENCE, T.E.; "The 27 Articles of T.E. Lawrence," *The Arab Bulletin*, 20 de agosto de 1917, disponível em: <www.lawrenceofarabia.info>, acesso em: 15 de março de 2006.